

# 第3次小山市消費生活基本計画

概要版



開運★  
おやまくま  
©Nicopla

## ◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆計画策定の背景・目的◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆

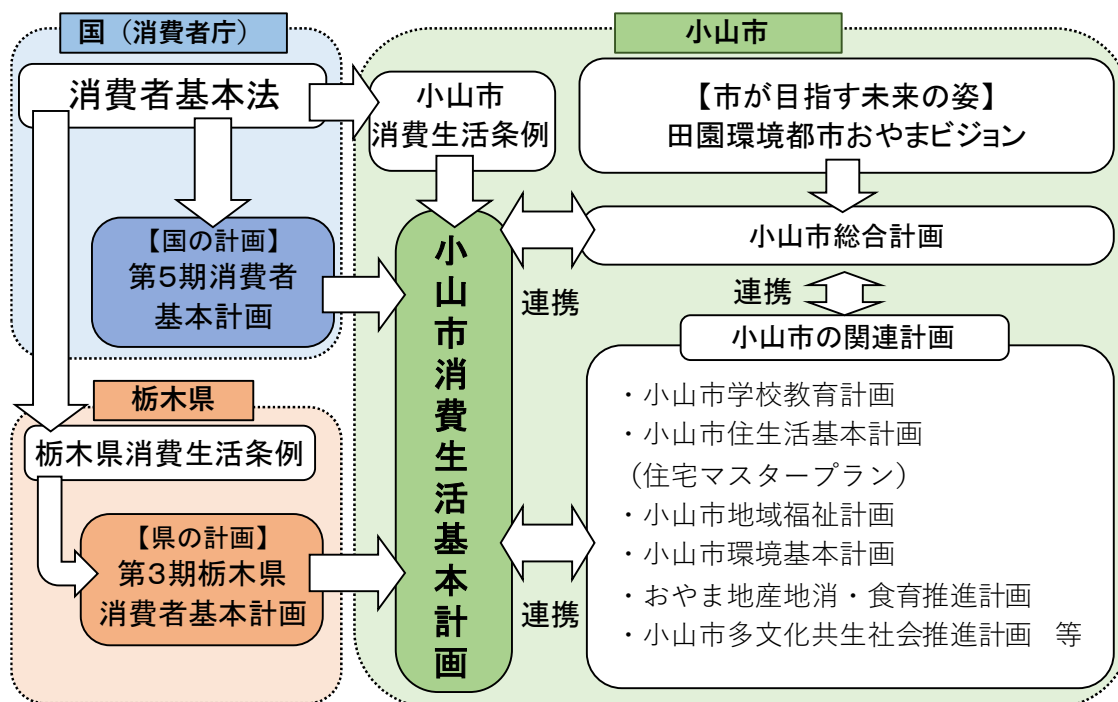
昨今の目覚ましい技術の発展により、私たちの生活はより便利になる一方で、それに伴い、消費者トラブルも多様化しています。また少子高齢化による人口減少や地域の希薄化の進行とともに、外国にルーツを持つ市民や訪日外国人観光客は増加しており、配慮や支援が必要な人はますます増えていきます。自然災害は頻発化・激甚化しており、国際情勢も緊張が続いています。こうした状況で、国は消費者が消費活動を通して、環境や経済に影響を与える存在と捉え、消費者トラブルの未然防止とともに「消費者力」の向上とそれを支える環境整備を掲げ、持続可能な社会の形成を促しています。

これを受けて、市は第3次小山市消費生活基本計画（以下、「本計画」という。）を第2次計画（以下、「前回計画」という。）の次期計画として策定しました。激変する社会における消費者への支援と消費者力の向上を通し、市民の安全・安心な消費生活を確保できるよう施策を推進します。

## 1. 計画の位置づけと期間

本計画は、小山市消費生活条例第10条に基づき、消費者施策に関する基本的な計画として位置付けます。また、市制100周年となる2054年の市の将来像を示した「田園環境都市おやまビジョン」の実現を目指し、市の最上位計画である「小山市総合計画」との連携を図っています。

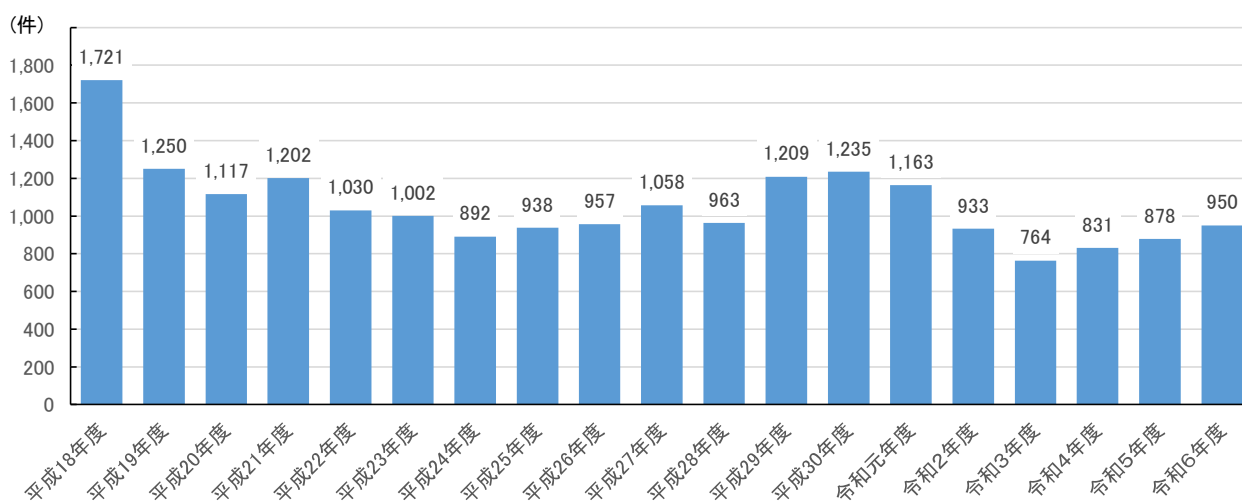
計画の期間は、令和8（2026）～令和12（2030）年度の5年間です。なお、今後の社会情勢の変化に応じ、適宜、計画の見直しを行います。



## 2. 小山市の消費者を取り巻く環境

### (1) 消費生活相談件数の推移

本市の消費相談件数の推移を見ると、件数が増加傾向となる期間もありますが、平成18年度以降、減少傾向となっています。令和3年度から令和6年度までは増加傾向となっており、令和6年度は950件となっています。



出典：小山市消費生活センター

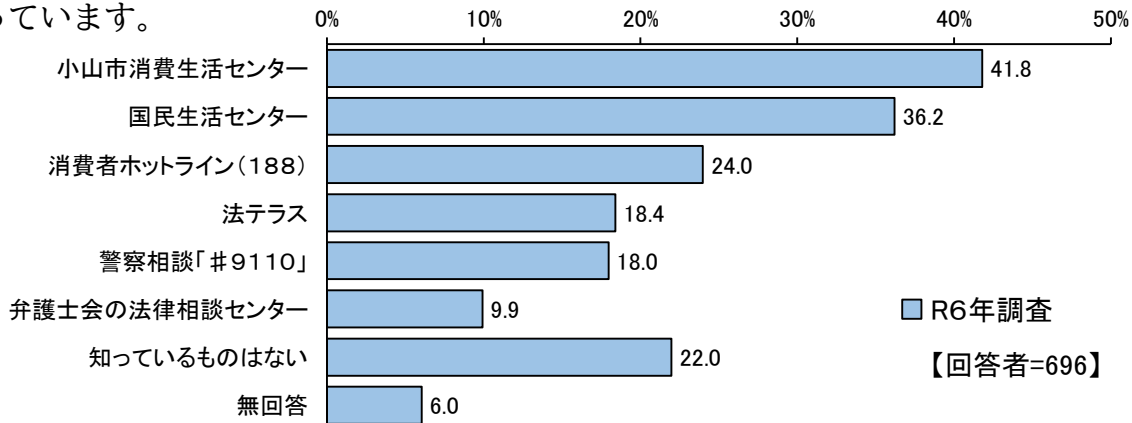
## (2) 市民への調査の結果から見える現状

本計画の策定にあたり、令和6（2024）年8月～9月に、市民2,000人に対して消費生活実態調査を実施しました（有効回答696件）。

以下、その結果の概要を抜粋して示します。

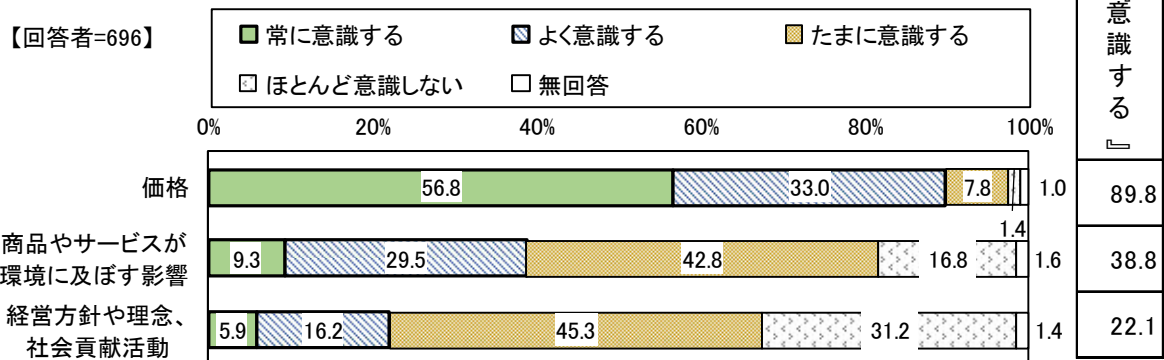
### 各種相談窓口の認知度

「小山市消費生活センター」が41.8%と最も認知度が高くなっていますが、知らない人の方が知っている人より多く、消費者問題の相談窓口について引き続き、周知が必要となっています。



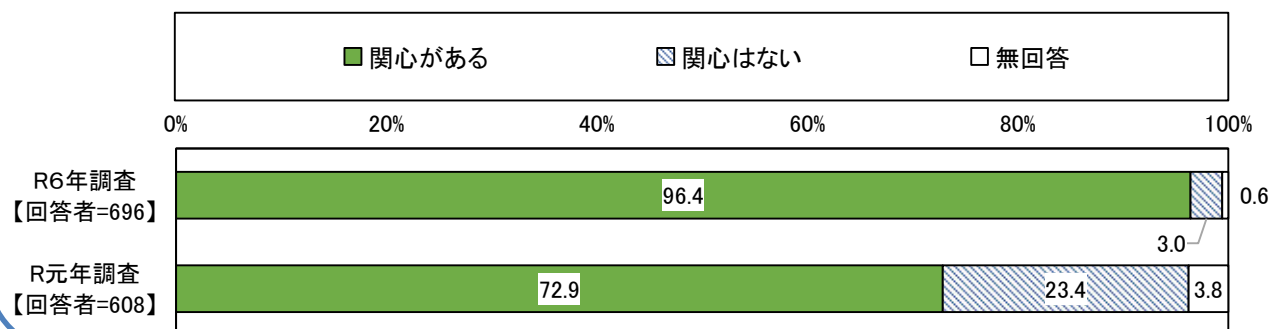
### 商品やサービスを選ぶときに意識すること

『意識する』（＝「常に意識する」＋「よく意識する」）は「価格」89.8%に対し、「環境に及ぼす影響」38.8%、「経営方針や理念、社会貢献活動」22.1%となっています。「エシカル消費」の重要性を啓発普及が必要となっています。



### 消費者問題への関心

市民の消費者問題への関心はこの5年間で大きく高まっています。関心の上昇に伴い、消費者行政への要望にも変化が生じており、ニーズへの対応が求められています。



### (3) 成果目標の達成状況

前回計画で設定した成果目標の達成状況を示します。

消費者問題への関心の高まりを受けて、消費者行政への要望にも変化が生じており、満足度は目標が未達成となっています。今後のニーズへの対応が求められます。

指標の考え方		目標値	実績値	達成状況
1	消費者教育（消費者として正しい知識や判断力を身につけるための啓発）を受けたことが「ある」と回答した人の割合	20.0%	31.3%	○
2	消費者問題（悪質商法、製品事故、食品などの偽装表示）への関心について「ある」と回答した人の割合	80.0%	96.4%	○
3	消費者生活センターがどんな仕事をするところかを「知っている」と回答した人の割合	40.0%	24.4%	×
	『消費者ホットライン 188番』について「知っている」と回答した人の割合	30.0%	24.0%	×
4	クーリング・オフ制度について「内容を知っている」と回答した人の割合	70.0%	82.2%	○
5	商品やサービスを選ぶときに、商品やサービスが環境に及ぼす影響を「常に意識する」「よく意識する」と回答した人の割合	45.0%	38.8%	×
6	消費者行政に対して「満足している」「どちらかといえば満足」と回答した人の割合	30.0%	17.5%	×

算出時期により目標値はR7年度、実績値はR6年度の値で判定

## 3. 計画の体系

小山市消費生活条例における消費者施策の推進の目的であり、前回計画の基本目標でもある「市民の消費生活の安定と向上」を本計画の基本目標に継承し、前回計画の取組のさらなる推進を目指します。

また施策の基本方針についても消費者トラブルの防止、被害者救済、消費者教育や意識の啓発などを網羅した5つを前回から引き継ぐとともに、国の示す方針との対応関係に留意しながら、整理しました。

基本目標		
「市民の消費生活の安定と向上」		
基本方針（市）		国の方針
1 消費者の安全確保の強化	← 対応 →	1 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保
2 消費者教育・啓発の強化	← 対応 →	2 全ての世代における「消費者力」の実践
3 社会への影響に配慮した消費生活推進の強化	← 対応 →	
4 消費者被害の未然防止と救済体制の強化	← 対応 →	3 持続可能で包摂的な社会の実現
5 消費者意見の反映と連携の強化	← 対応 →	

## 4. 成果目標

本計画における成果目標を設定します。

指標の考え方		現状値	目標値
1	消費者教育（消費者として正しい知識や判断力を身につけるための啓発）を受けたことが「ある」と回答した人の割合	31.3%	40.0%
2	消費者問題（悪質商法、製品事故、食品などの偽装表示）への関心について「ある」と回答した人の割合	96.4%	97.0%
3	消費者生活センターがどんな仕事をするとところかを「知っている」と回答した人の割合	24.4%	40.0%
	『消費者ホットライン 188 番』について「知っている」と回答した人の割合	24.0%	30.0%
4	クーリング・オフ制度について「内容を知っている」と回答した人の割合	82.2%	90.0%
5	商品やサービスを選ぶときに、商品やサービスが環境に及ぼす影響を「常に意識する」「よく意識する」と回答した人の割合	38.8%	45.0%
6	消費者行政に対して「満足している」「どちらかといえば満足」と回答した人の割合	17.5%	30.0%

現状値は R6 年度、目標値は R12 年度の値で設定

## 5. 施策の展開

### 基本方針 1 消費者の安全確保の強化



豊かな消費生活の実現には、消費者が自らの価値観で納得して、消費行動を選択できることが必要です。そのためには十分な情報と安全に取引できる環境の確保が必要です。

#### 1-1 身近な生活環境の安全性の確保

施策 1-1-1 家庭用品の適正表示の徹底	日常的に使用する衣料品等の家庭用品について、品質等に関する適正な表示が徹底されているかの確認・指導等を通し、消費者の利益の保護や身近な生活環境の安全性の確保を図ります。
施策 1-1-2 住まいと居住環境の安全性の確保	住まいと居住環境の安全性の確保に向けた支援及び普及・啓発を行い、身近な生活環境の安全性の確保を図ります。
施策 1-1-3 商品・サービスの安全性の確保	関係機関等との連携を通して、商品・サービスに関する危害情報や危険情報の収集・提供を行い、商品・サービスの安全性の確保に努めます。

#### 1-2 事業活動の適正化

施策 1-2-1 消費者取引の適正化	消費者が事業者との間での不当な取引行為により不利益を被らないように、消費者取引の適正化に努めます。
施策 1-2-2 表示・計量等の適正化	消費者が合理的に商品・サービスを選択・利用できるように、表示や広告、包装、計量の適正化を推進します。
施策 1-2-3 悪質な事業者に対する取組	悪質な事業者に対する調査や指導等の取組を通して、事業活動の適正化を図ります。



## 基本方針 2 消費者教育・啓発の強化

さまざまな技術革新によって、消費生活はより便利になった一方で、消費者トラブルにつながる手口もより高度化・多様化しています。消費者教育・金融教育や意識啓発を行い、消費者が自立し、消費者被害を未然に防止できるように支援します。

### 2-1 消費者啓発の推進

施策 2-1-1 消費生活情報の充実	市民が消費生活を送る上での自主的かつ合理的な選択を支援するため、消費生活情報の提供機会を設け、その内容を充実させるとともに、意識啓発にも取り組みます。
-----------------------	---

### 2-2 消費者教育の推進

施策 2-2-1 学校における消費者教育の推進	消費生活を送る上で適切な判断・行動選択ができる実践的な能力を、成年になる前の段階から養うため、学校等との連携により、児童生徒への消費者教育を推進します。
施策 2-2-2 地域における消費者教育の推進	地域での講座やイベントの実施を通して、市民に対して幅広く消費者教育の機会を提供します。
施策 2-2-3 ライフステージに応じた生涯にわたる学習機会の提供	高齢者や子育て中の保護者等に対して、ライフステージに応じた学習機会を提供し、生涯にわたる消費者教育を推進します。

## 基本方針 3 社会への影響に配慮した消費生活推進の強化



消費者は消費行動を通して、社会に影響を及ぼす主体でもあります。経済性だけでなく、環境や人権などに配慮した「エシカル消費」を推進することで、消費者が事業者と双方に信頼関係を築き、持続可能な社会の形成を目指します。

### 3-1 環境に配慮した消費生活の推進

施策 3-1-1 環境問題に関する啓発及び情報提供	各種のイベントや講座の実施等を通して、環境問題に関する市民の意識啓発及び情報提供等を行い、環境に配慮した消費生活を推進します。
------------------------------	---

### 3-2 社会への多様な影響に配慮した消費生活の推進

施策 3-2-1 消費行動を通じた社会への影響に対する理解の促進	消費行動が社会に与える影響等について理解を促進することで、そうした影響に配慮した消費生活の推進を図ります。
-------------------------------------	---

## 基本方針4 消費者被害の未然防止と救済体制の強化



消費者が自らの価値観に沿って、納得した消費行動を選択できることが消費生活におけるウェルビーイングの向上に重要です。そのために情報提供・周知啓発の充実や、消費生活相談員の資質向上等の取組を通し、消費者被害の未然防止と被害者の救済体制の強化に努めます。

### 4-1 消費者被害の未然防止の推進

施策4-1-1 消費者被害等に関する情報提供の充実	消費者被害の未然防止を図るため、資料やパンフレットの配布等により、消費者被害等に関する情報提供を実施していきます。
施策4-1-2 消費生活相談等による消費者被害の未然防止	支援や配慮を要する消費者等に対し、相談体制等の支援制度の周知やその利用支援に努めることで、消費者被害の未然防止を図ります。
施策4-1-3 個人情報保護施策の推進	消費者が情報発信を行う場面において個人情報保護を図れるよう、教育を通じた意識啓発等に取組みます。

### 4-2 消費者被害救済体制の強化

施策4-2-1 消費生活相談等による消費者被害救済	消費生活に関する相談体制の整備とともに、相談体制の周知や、相談員の資質向上を通して、消費者被害救済を推進します。
施策4-2-2 配慮が必要な消費者への支援	高齢者・障がい者・若年者・外国人等の配慮が必要な消費者への支援を推進するため、相談体制の整備や、各機関が受けた相談内容の共有等を行います。
施策4-2-3 関連機関との連携強化	消費者被害救済体制の強化に向けて、情報共有や相談対応等における関係機関との連携の強化を図ります。

## 基本方針5 消費者意見の反映と連携の強化



市民の消費者問題への関心の高まりや行政への要望の変化に応えるため、消費者の声を聞き、施策に反映するとともに、地域をはじめとした関係機関との連携を強化することで、市の消費者行政の向上を目指します。

### 5-1 消費者意見の反映

施策5-1-1 様々な機会を活用した消費者意見の収集	消費者教育の場等を活用し、消費者施策に反映させるための消費者意見の収集・把握に努めます。
施策5-1-2 迅速かつ適切な消費者意見の反映	各種の機会を通じて収集・把握した消費者意見は、重要度や緊急度を考慮した上で、可能な限り迅速かつ適切に、施策内容に反映させるよう努めます。

### 5-2 関連団体との連携強化

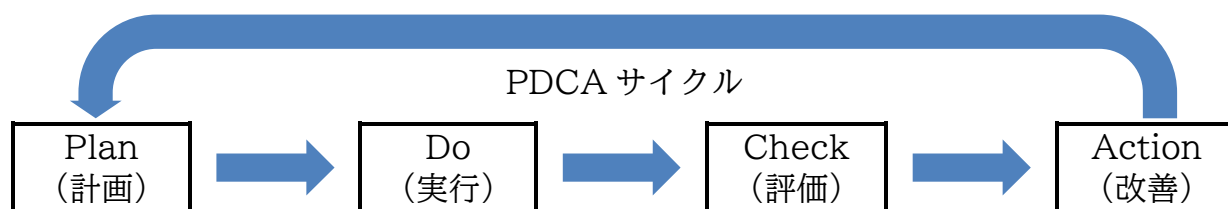
施策5-2-1 消費者団体の結成の支援と育成及び連携	消費者団体の結成に向けた広報啓発を行うとともに育成及び連携を図ります。
施策5-2-2 事業者団体等との連携強化	消費生活センターや警察等、関連する機関に対して、市民から提供された情報の迅速な提供等連携を強化します。

## 6. 計画の検証・評価

本計画を適切かつ着実に推進していくため、施策の取組について、各年度で検証・評価を行い、さらなる推進に反映させ、PDCA サイクルを回していくことが重要となります(下図参照)。

そのため、毎年度、本計画に関連する施策について、小山市消費生活審議会に報告するとともに、同審議会からの意見を尊重し、施策の見直しに活用します。

また、市民意識調査などで、施策の取組状況の検証・評価を行い、計画全体の着実な推進を図ります。



### 相談窓口

#### ■小山市消費生活センター（市）

消費生活相談	商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せなど、消費者からの相談を専門の相談員が受け付け、問題解決のための助言やあっせん、情報提供を行います。
消費生活出前講座	公民館活動、各種団体活動、サークル活動のとき、消費生活の勉強をしてみませんか。要望があれば相談員が出向き、お話をさせていただきます。
情報提供	消費生活に関する情報提供をいたします。暮らしに役立つ情報やパンフレットをご用意していますので、お気軽に消費生活センターをお訪ねください。

#### お問合せ

〒323-0023 栃木県小山市中央町2-2-21 小山市総合福祉センター 1階  
電話：0285-22-3711  
相談受付時間：9時～15時（休所日：水曜・土曜・日曜・祝日・年末年始）

#### ■消費者ホットライン（国）

困ったときは一人で悩まずに、「消費者ホットライン」188にご相談ください。

全国統一の番号です。地方公共団体が設置している身近な消費生活センターや消費生活相談窓口をご案内します。

### 第3次小山市 消費生活基本計画

発行 | 小山市

編集 | 小山市市民生活部市民生活安心課

〒323-8686 栃木県小山市中央町1丁目1番1号

電話 0285-22-9282

URL <https://www.city.oyama.tochigi.jp>

発行年月 | 令和8（2026）年3月